

Application Research on Color Elements of Hermes Haute Couture Women's Wear

Jun Ning¹, Zhaoyang Xun¹, Qiong Long^{2*}

¹Beijing Institute of Fashion Technology capital Clothing Culture and Clothing Production Beijing Social Science Research Base, Beijing

²Business School of Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing

Email: bifnj@163.com, *sxylqiong@bift.edu.cn

Received: Jul. 30th, 2020; accepted: Aug. 14th, 2020; published: Aug. 21st, 2020

Abstract

The brand color system has a direct impact on the establishment of brand style and brand image. Aiming at the application of color elements in the design of luxury clothing brands, this paper chooses Hermes' spring and summer ready-to-wear women's clothing as the research object and analyzes the color characteristics of haute couture women's clothing. Study used color quantitative analysis and contrast analysis of 2016 to 2020 hermes spring and summer clothing make annual color card, color from the color hue, purity, lightness, four dimensions of changes in temperature, analyze love horse lady perfectly on the color design characteristics, and research Hermes haute couture dress color color characteristics and color trend of application. The purpose of this paper is to summarize and discuss the application of color elements in luxury goods. The research shows that hermes' spring/summer women's haute couture colors tend to be bright light colors in Hermes' spring/summer season. Except for the colors without color and brand logo hermes orange, yellow and red are the commonly used colors of the brand.

Keywords

Hermes, Color Design, Haute Couture Women's Wear

爱马仕高级成衣女装色彩要素应用研究

宁俊¹, 徐朝阳¹, 龙琼^{2*}

¹北京服装学院首都服饰文化与服装产北京市社科研究基地, 北京

²北京服装学院商学院, 北京

Email: bifnj@163.com, *sxylqiong@bift.edu.cn

收稿日期: 2020年7月30日; 录用日期: 2020年8月14日; 发布日期: 2020年8月21日

*通讯作者。

摘要

品牌色彩系统对品牌风格的确立和品牌形象的建立有着直接的影响。本文针对色彩要素在服饰类奢侈品设计中的应用开展,选择爱马仕的春夏成衣女装作为研究对象,分析其高级成衣女装用色特点。研究采用色彩量化解析与对比分析法对2016到2020年爱马仕的春夏成衣色彩制作年度色卡,从色彩色相、纯度、明度、冷暖四个维度,分析爱马仕女装在色彩上的设计特点,研究爱马仕高级成衣女装的色彩应用的用色特点和用色趋势。通过研究,旨在对奢侈品中色彩要素的应用进行有意的理论总结和探讨。研究表明:爱马仕品牌春夏女装高级成衣的用色倾向为爱马仕春夏季节倾向于明亮的浅色调。除无彩色和品牌标志色爱马仕橙外、黄色和红色系为品牌常用色。

关键词

爱马仕, 色彩设计, 高级成衣女装

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2019年4月26日,麦肯锡中国发布了基于银联奢侈品交易数据做参考的《2019年中国奢侈品消费报告》,报告数据显示,2018年,中国消费者在境内外的奢侈品消费额达到7700亿元人民币,占到全球奢侈品消费总额的三分之一,中国或将为全球奢侈品消费贡献近65%的增长。而中国消费者奢侈品消费集中在服饰类,其中箱包和成衣占最大比重[1]。在服装的三要素:颜色、款式、面料中,色彩占据首位,是最为重要的,也是人们最先感受到的元素[2][3][4]。目前中国的奢侈品消费市场中,23~38岁的中国千禧一代是主力军,麦肯锡首次将“80后”和“90后”定义为中国奢侈品消费的中坚力量。其中女性的贡献尤其突出,而色彩要素同样是女性消费奢侈品时最为重要的考量要素之一。

与我国服装市场不同,国外有极为优秀且具有代表性的服饰类奢侈品牌,它们经过百年传承、历久弥新。既保留了创始人的思想与情怀,更随着时代的更迭、进行内部变革创新以顺应市场需求。它们不仅有深厚的文化底蕴,且在历史的长河中形成了鲜明的品牌视觉特征。时至今日,国外对于服饰类奢侈品牌标志色、品牌常用色和流行色的研究已经形成稳定成熟的体系。爱马仕(Hermès)是目前世界最著名的服饰类奢侈品牌之一,由Thierry Hermès 1837年在法国巴黎创立。爱马仕集团2015~2019每年公布的年度财报显示经营利润逐年稳定增长,每年同比增幅在10%左右,女士成衣系列业绩斐然。爱马仕的一贯宗旨让所有的产品至精至美、无可挑剔。其中,爱马仕的高级成衣女装用色时尚优雅又富有变幻,无论是无彩色、单色、相近色还是对比色的应用,甚至色彩和款式、面料的配合都相辅相成,致力将爱马仕成衣女装设计做到极致的完美。爱马仕在延续品牌风格、传达品牌理念的同时又富有设计巧思、巧妙利用流行色,在时尚与实穿间找到完美平衡。

相比较之下国内的服装品牌就略显被动,国内的一些大型服装品牌和大部分中小服装企业没有建立自己品牌的色彩体系和鲜明的品牌色彩特征,大多数品牌目前停留在大量使用流行色以泛泛迎合市场的阶段,色彩系统观念仍需大幅提升。本研究通过对爱马仕女装色彩的研究,梳理、归纳、分析、总结了

近五年来品牌的用色特征，揭示了服饰类奢侈品牌色彩设计的一般规律和趋势。给予本土奢侈品牌在色彩设计上的建议与启示，助力中国品牌的高质量发展。

2. 爱马仕品牌色彩基本特征

法国著名奢侈品品牌爱马仕从 20 世纪初开始涉足高级服装行业，上世纪五六十年代起陆续推出箱包、服装、丝巾、香水、珐琅、腕表、鞋饰、家居用品等 14 个品类的产品。大多数爱马仕的产品都是由爱马仕的工匠手工精心制作的，以确保每一个细节的做工精良。让所有的产品至精至美、无可挑剔是爱马仕的一贯宗旨。爱马仕之所以能够在百余年的历史发展过程中经久不衰，在于它拥有品牌完善的色彩体系和独特的用色理念[5]。爱马仕的色彩设计既保留了经典色彩，又融合了创新精神和时尚理念。爱马仕代表色“爱马仕橙”见图 1，橙色是欢快活泼的热情色彩，是暖色系中最温暖的颜色。它不像红色深沉艳丽，又在黄色明快的基调上多了一丝优雅与稳重，在众多色彩中耀眼却不令人反感。饱和的橙色能给人庄严、尊贵、神秘的感觉，它自带高贵的气质与爱马仕品牌内涵不谋而合，在奢侈任性的年代，爱马仕橙无疑是最具代表性的时尚感召力。橙色的奢靡主旋律，华丽激昂，是时尚旋风与创作激情的碰撞。爱马仕橙来源于爱马仕的包装颜色，橘色的感觉是永不停歇的时尚生命，也是大众眼中高贵的象征。爱马仕橙不再是简单的颜色，更是一个品牌和标志，需要不断更新的创新设计与之相衬。爱马仕橙在四季都激发着设计师的灵感，哪怕盛行多年仍旧不被岁月所淹没。随着每一年流行元素的不同也有着不同的展现。不管在时装还是丝巾上，爱马仕橙永远是那一抹最亮的色彩。

品牌特色方面，爱马仕有独特的设计风格，并善于兼收并蓄，将多种元素搭配组合。各种材质、肌理的面料融于稳定统一的色彩系统之内，具有很强的美感与艺术气息。爱马仕成衣女装经历了数任设计总监、每一任设计总监都有自己独到的用色见解、但他们都可以将自己的用色理念与品牌风格进行完美的统一。

从色彩配置层面看，爱马仕有着极为成熟的控制局面能力，春夏成衣女装整体呈现明亮色调，明度较高，纯度较低。橙色为品牌经典色、无彩色系、黄色系和红色系为品牌常用色。蓝色系和绿色系则为点缀或流行色向导。



Figure 1. The Hermès orange logo
图 1. 爱马仕橙色标志

3. 爱马仕春夏高级成衣女装色彩采集与解析

3.1. 色彩信息采集

通过 VOGUE 时尚网官方网站 <https://www.vogue.com.cn/>，分别搜集 2016 年到 2020 年五年间爱马仕春夏高级成衣女装发布会的系列秀场照。各年度秀场均呈现了无需过多装饰，就能充分体现女性高级感的成衣系列。无论是从剪裁、面料、配色，还是穿搭方式上，都体现了现代都市女性穿搭的高级质感。其中，2020 爱马仕春夏女装秀场照见图 2。



Figure 2. Hermès spring/summer women's wear show in 2020
图 2. 2020 年爱马仕春夏女装秀场照

3.2. 色彩信息解析

选取 PS 软件, 用吸管工具提取各秀场图片中的服装主色, 记录其 RGB 数值, 并将 RGB 色彩导入色彩管理网“Colortell”, 选取色差值最小的对应“NCS”色卡[6], 即将收集到的重点色色卡进行 NCS 色号标注。NCS 是 Natural Colour System (自然色彩系统)的简称。NCS 是世界上目前最具盛名和影响力的色彩体系之一, 是国际通用的颜色规范, 更是国际通用的颜色交流的语言。NCS 体系已逐渐成为瑞典、挪威、西班牙等北欧国家的色彩查验规范, 是欧洲运用最广泛的颜色体系, 现阶段正在被全球范围选用。用 NCS 色号标注, 将更贴近服装产品的用色。以 R:213 G:90 B:43 为例, 将其转换为“NCS”色卡, 色号为“S 2060-Y60R”见图 3, 其中:

数值“20”表示色彩明度, NCS 色彩系统界定[7], 数值在“0~30”代表高明度, “30~60”代表中明度, “61~90”代表低明度; “S2060-Y60R”中数值“60”表示色彩纯度, NCS 色彩系统界定, “0~30”代表低纯度, “30~60”代表中纯度, “61~90”代表高纯度; “Y60R”代表此颜色中, 红色(Red)对于黄色(Yellow)有 60%的优势, 即此颜色色相为红色系的高明度中纯度颜色。

本研究将色相划分为红、黄、蓝、绿、无彩色五个色系。无彩色黑白灰中只有明度差异, 没有色相和纯度的差异, 因此无彩色的色相和纯度不计入研究范围。对于色调, 本文将色彩依据颜色对人的心理感受的影响, 从冷暖角度将色彩划分为冷色系、暖色系、和中性色系, 将无彩色黑、白、灰归类为中性色系。2016 年至 2020 年爱马仕春夏高级成衣女装色卡见表 1。

一键查询颜色色号

展开选择颜色色库

常规查找
HEX查找
RGB查找
LAB查找

RGB	223	↕	查询
	102	↕	
	51	↕	

可根据右上角的色差值进行判定，一般色差值越小颜色越接近

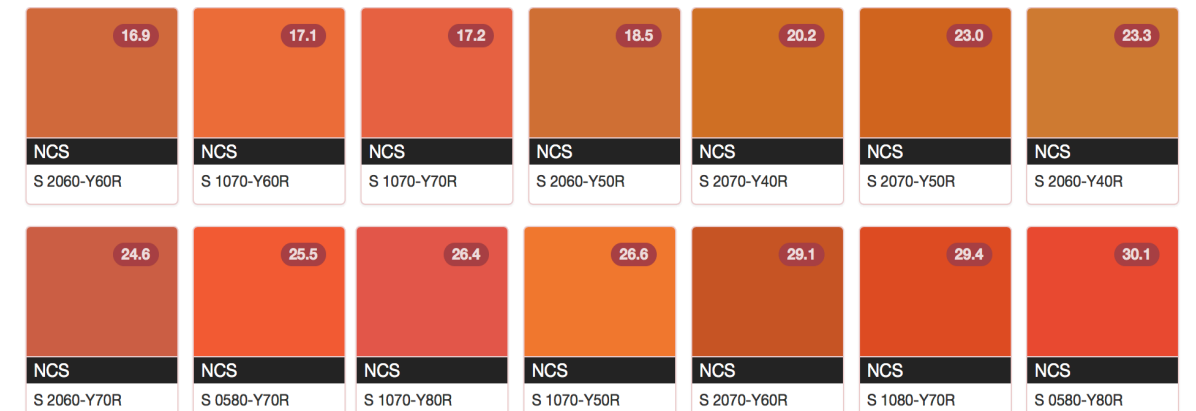


Figure 3. RGB-NCS color conversion

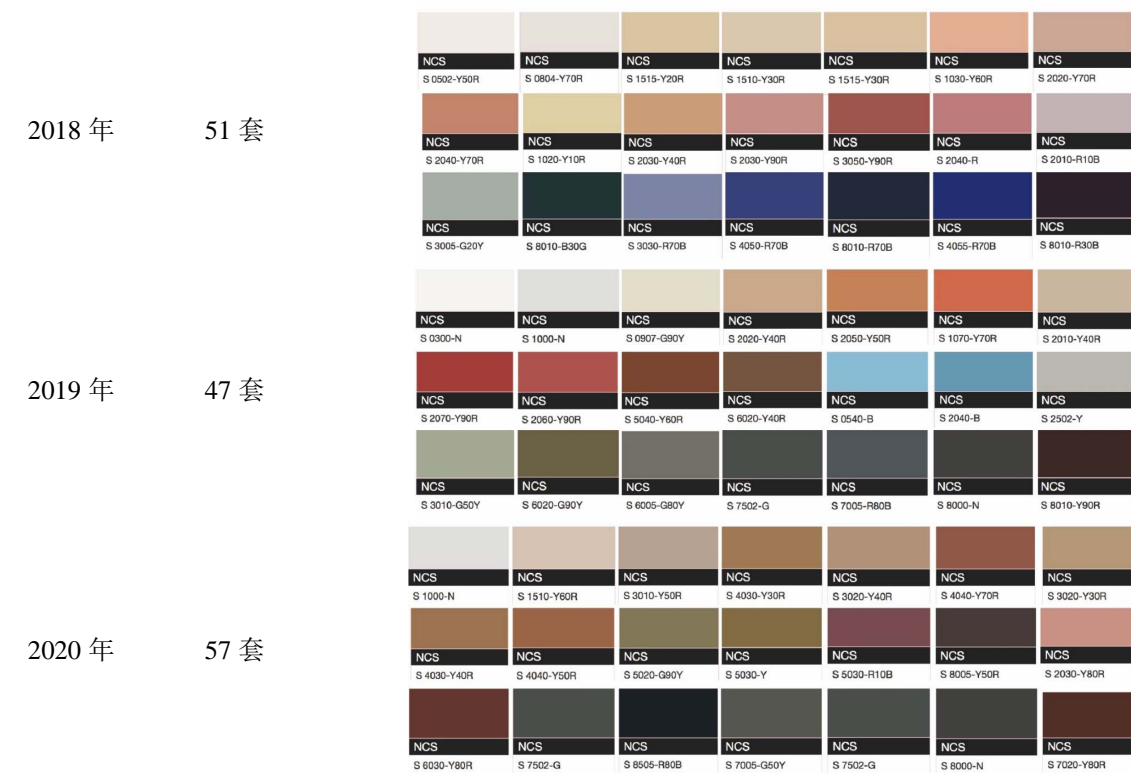
图 3. RGB-NCS 色彩转换

Table 1. Hermes spring/summer haute couture women's wear color card for 2016-2020

表 1. 2016~2020 年爱马仕春夏高级成衣女装色卡表

年度	搜集服饰套数	色卡(NCS)																					
2016 年	52 套	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 1005-R20B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1505-Y40R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4010-Y70R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4010-Y70R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4030-Y60R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 5040-Y50R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1070-Y80R</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 2570-Y70R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1080-Y70R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 0580-Y80R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 2570-Y80R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 3050-Y10R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4050-Y10R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 6010-Y30R</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 3050-R60B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 3060-R70B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 7020-R70B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4040-R70B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 8005-R50B</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	NCS S 1005-R20B	NCS S 1505-Y40R	NCS S 4010-Y70R	NCS S 4010-Y70R	NCS S 4030-Y60R	NCS S 5040-Y50R	NCS S 1070-Y80R	NCS S 2570-Y70R	NCS S 1080-Y70R	NCS S 0580-Y80R	NCS S 2570-Y80R	NCS S 3050-Y10R	NCS S 4050-Y10R	NCS S 6010-Y30R	NCS S 3050-R60B	NCS S 3060-R70B	NCS S 7020-R70B	NCS S 4040-R70B	NCS S 8005-R50B		
		NCS S 1005-R20B	NCS S 1505-Y40R	NCS S 4010-Y70R	NCS S 4010-Y70R	NCS S 4030-Y60R	NCS S 5040-Y50R	NCS S 1070-Y80R															
		NCS S 2570-Y70R	NCS S 1080-Y70R	NCS S 0580-Y80R	NCS S 2570-Y80R	NCS S 3050-Y10R	NCS S 4050-Y10R	NCS S 6010-Y30R															
NCS S 3050-R60B	NCS S 3060-R70B	NCS S 7020-R70B	NCS S 4040-R70B	NCS S 8005-R50B																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 0900-N</td> <td style="text-align: center;">NCS S 0505-R30B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 3005-Y80R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 3010-Y30R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 4020-Y30R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1040-G90Y</td> <td style="text-align: center;">NCS S 2040-Y</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 0520-R10B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1020-R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 2010-Y80R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 2030-R20B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1070-R20B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1060-R</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1020-R</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">NCS S 4010-R10B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 1502-G</td> <td style="text-align: center;">NCS S 2502-G</td> <td style="text-align: center;">NCS S 6005-R50B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 7502-G</td> <td style="text-align: center;">NCS S 8005-R50B</td> <td style="text-align: center;">NCS S 8000-N</td> </tr> </table>	NCS S 0900-N	NCS S 0505-R30B	NCS S 3005-Y80R	NCS S 3010-Y30R	NCS S 4020-Y30R	NCS S 1040-G90Y	NCS S 2040-Y	NCS S 0520-R10B	NCS S 1020-R	NCS S 2010-Y80R	NCS S 2030-R20B	NCS S 1070-R20B	NCS S 1060-R	NCS S 1020-R	NCS S 4010-R10B	NCS S 1502-G	NCS S 2502-G	NCS S 6005-R50B	NCS S 7502-G	NCS S 8005-R50B	NCS S 8000-N		
NCS S 0900-N	NCS S 0505-R30B	NCS S 3005-Y80R	NCS S 3010-Y30R	NCS S 4020-Y30R	NCS S 1040-G90Y	NCS S 2040-Y																	
NCS S 0520-R10B	NCS S 1020-R	NCS S 2010-Y80R	NCS S 2030-R20B	NCS S 1070-R20B	NCS S 1060-R	NCS S 1020-R																	
NCS S 4010-R10B	NCS S 1502-G	NCS S 2502-G	NCS S 6005-R50B	NCS S 7502-G	NCS S 8005-R50B	NCS S 8000-N																	

Continued



3.3. 综合色彩应用规律研究

通过“NCS”色号中的数值对每一年度服装色彩三大要素色相、明度、纯度[8]进行科学量化划分并进行比较分析。

3.3.1. 色相应用分析

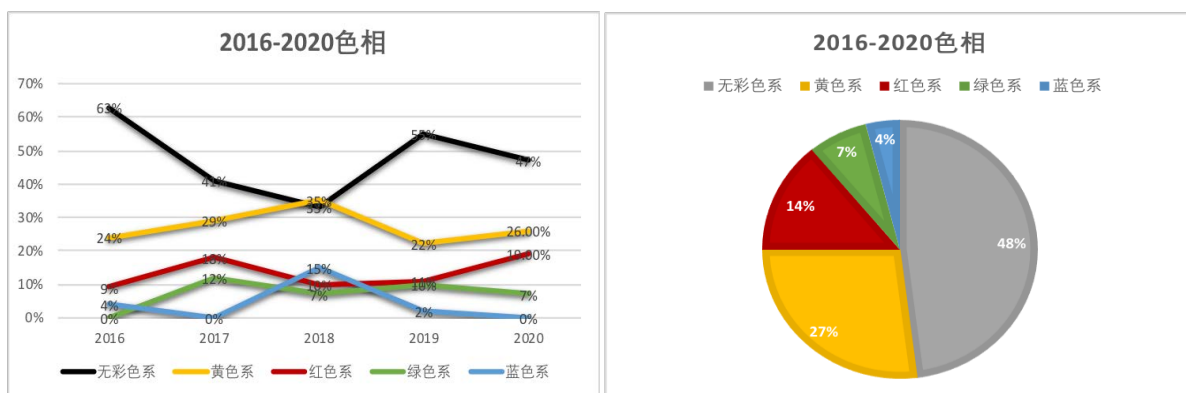


Figure 4. Application analysis of hue in five years from 2016 to 2020

图 4. 2016~2020 五年色相应用分析

通过比较研究法分析可得图 4 中色相应用：1) 品牌对无彩色的运用比例是最大的，平均占比达到了 48%，设计以灰色调为主，内敛又不失活力，彰显了爱马仕对“永恒”的解读。2) 黄色系是有色彩中占比最大的，5 年平均占比 27% 每一场秀都可以找到大量黄色系的影子，作为品牌标志色“爱马仕橙”

的相近色，黄色和橙色在色相环上处于相邻的位置，爱马仕对黄色系的应用就显得无可厚非，丝毫没有不协调的感觉。3) 占比第三多的为红色系，五年平均占比 13%，同样是品牌专色爱马仕橙的相近色，红色这样活力四射的色调符合爱马仕积极的设计理念、通过调节红色的纯度和明度，爱马仕使红色艳而不俗。设计师同时调节了红色的使用面积，有些作为点缀，即便作为主色的时候，也会相应添加一些其他颜色作为点缀，以降低红色带给人们的视觉膨胀感。

3.3.2. 明度应用分析

比较分析 2016~2020 的历年明度占比折线图 5 可知：爱马仕对高、中、低明度的运用比较均衡，中明度色的平均占比最高，温柔的棕色系成为中明度色中的宠儿，最常应用在皮革原色外套中。棕色系典雅中蕴含着安定、纯净、平和。这与爱马仕的品牌理念如出一辙。

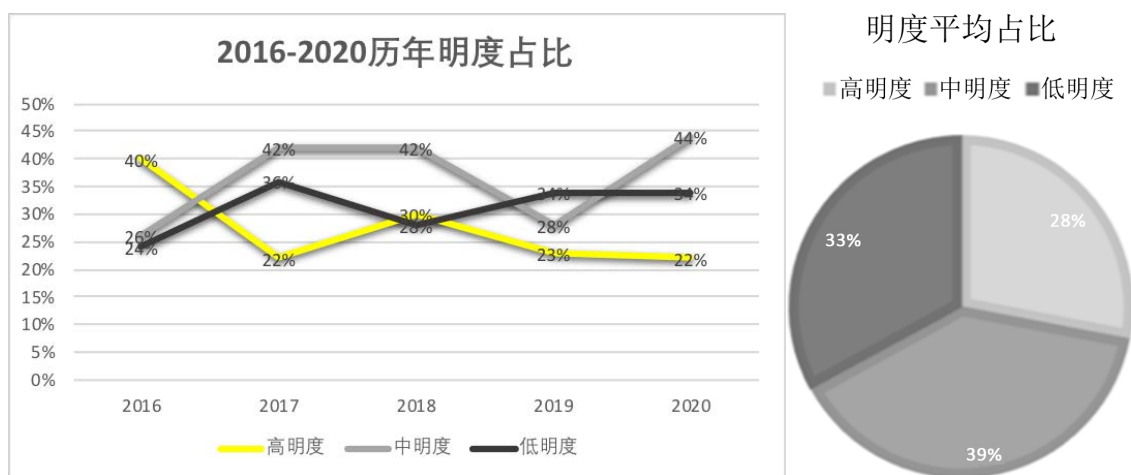


Figure 5. Application analysis of lightness in 2016-2020 five years
图 5. 2016~2020 五年明度应用分析

高明度色占比最多的时候达到 40%，爱马仕品牌的标志色爱马仕橙色就是高明度的橙色。爱马仕橙给人强烈暖意的同时，不像红色那么强烈、也不像黄色明度那样高、给人以工业的视觉疲劳感。对于爱马仕，它运用的高明度色彩是白色系、浅灰色系，还有高明度低纯度的淡奶油黄色系。这部分无彩色和浅灰色系的搭配给人以春夏的浪漫气息的同时又不失优雅大气。即便是大面积运用高明度色的单品设计师也会用中、低明度的色彩予以中和。白配棕就是很经典的例子。

低明度色五年平均占比 33%，纵观国际奢侈品牌，从来都不会掩饰对深色系的钟爱，爱马仕的低明度色大都是以深棕色、深蓝色、和藏青色的形式出现的，低明度色给人以视觉上的收缩感。沉寂、冷静的低明度色表现出职业女性的优雅干练。总体上，低明度色表现的中规中矩，而高明度色在波动中有下降的趋势、中明度则有上升的势头。设计师懂得合理分配高、中、低明度的配比，让整季产品协调温和、以满足各类型、各需求的消费者。

3.3.3. 纯度应用分析

观察 2016~2020 的历年纯度占比折线图 6 可知，这五年间，高纯度色一直大行其道，平均占比达到 50%。爱马仕擅长运用饱和度高的颜色。高纯度的有彩色大都出现在橙色、红色的应用，以此来大胆显示爱马仕女性所追求的永恒与自由。高饱和度的鲜艳颜色使用，让人觉得爱马仕既优雅稳重又充满激情。也迎合了现阶段奢侈品消费的主力军年轻消费者的喜。随着奢侈品消费的年轻化，爱马仕的女装用色似乎也正朝着“年轻化”发展中纯度色色调丰富，优美，许多色彩似乎含而不露，但又个性鲜明。一直以

来仅次于高明度色、平均占比 39%，位居第二。值得注意的是 2018 年，中纯度达到 63%，与往年反其道而行。

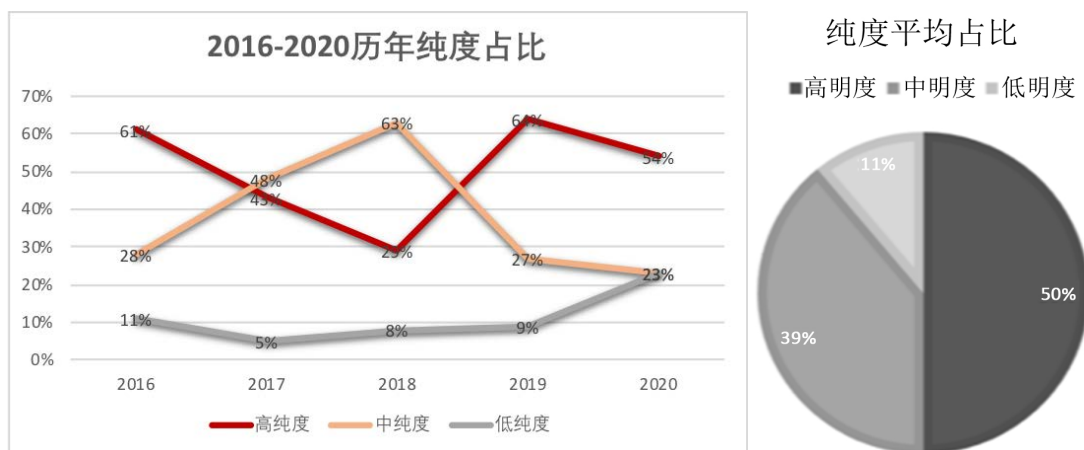


Figure 6. Application analysis of purity in five years from 2016 to 2020

图 6. 2016~2020 五年纯度应用分析

3.3.4. 冷暖应用分析

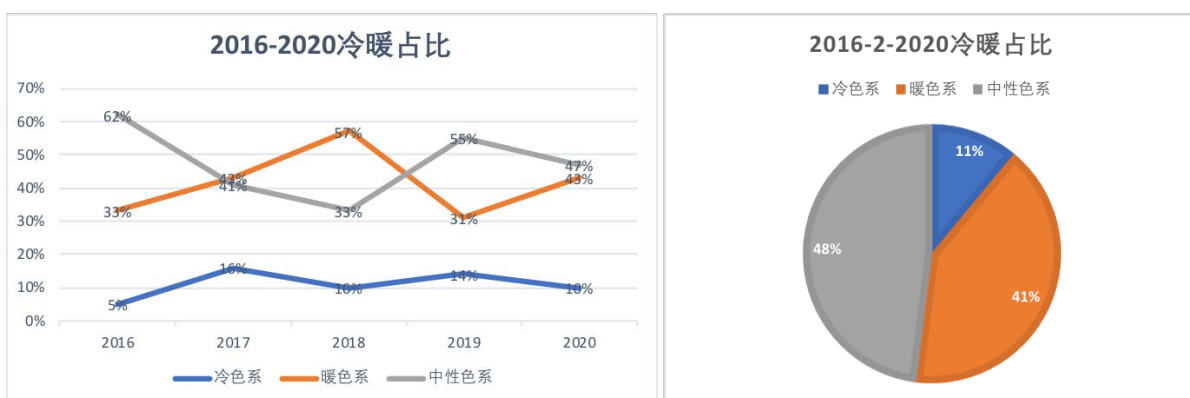


Figure 7. Analysis of heating and cooling in the five years from 2016 to 2020

图 7. 2016~2020 五年冷暖分析

2016~2020 五年间冷暖色占比见图 7，爱马仕春夏高级成衣女装常用暖色系与中性色系。爱马仕的品牌专色“爱马仕橙”就是暖色系的典型代表，黄色系作为品牌专色的相近色、也是暖色系的代表，也被应用的得心应手。暖色系给人们自然的活力，中和了爱马仕一贯的成熟稳重，为春夏带来一笔靓丽的色彩。中性色系的占比位居第二，中性色是一种很知性的颜色，在配色中有着相当重要的地位，中性色可用于调和色彩的搭配，突显其它颜色，因此，中性色通常和鲜艳色一起流行。这也是中性色与暖色系占比最多的原因。冷色系整体占比不多，五年间占比从未超过 20%，并有逐年下降的趋势。分析原因可能是春夏系列的缘故，爱马仕希望减少冷色系的给人们带来的收缩、遥远的心理感受，努力用暖色让消费者感受扑面而来的春日气息以促进服饰线产品销售。

4. 影响爱马仕色彩设计的因素分析

在色彩的搭配上，2016~2020 年间，爱马仕多用相近色系的搭配方法，即运用色相环上相邻的颜色

和颜色夹角在 90 度以内的颜色,咖色、土黄色和砖红色之间的相近色混搭最为常见,这种搭配方法视觉上的饱和度适中。同色系的搭配也非常常见,最多体现在深浅不一的大地色系上,温暖的大地色系很适合做全身同色系的穿法,可以利用棕色、米色或是卡其色这种温暖又能展现质感的颜色做搭配,选择上身浅,下身深的组合方式,让大衣、内搭与下身服装的颜色以相近色做搭配,即温柔又富有质感。有时爱马仕也会采用大胆的对比色撞色,用橙色和蓝色的搭配冲击观众的眼球,使得人们眼前一亮。总结归纳爱马仕成衣女装色彩设计,发现影响色彩设计有内部、外部等诸多因素,其影响因素主要为以下三种。

1) 品牌风格定位

服装产品的色彩设计需要和品牌风格保持统一,才能够体现出风格鲜明的服装品牌整体形象。爱马仕品牌风格为“至精至美”。爱马仕对极致精美的追求不体现在浮夸的造型和矫揉造作的装饰。品牌定位为低调奢华。爱马仕的顾客群体一般接受过良好的教育,对艺术有欣赏的态度和一定的鉴赏能力。有着明确的审美、不俗的品味和对极致生活方式的追求,这使她们对爱马仕品牌具有很高的忠诚度。明确的定位、清晰的受众决定了爱马仕以低调的无彩色系为主打色、辅以品牌标志色橙色的用色体系。

2) 品牌的主题表达

爱马仕每一季都会推出不同的主题以表达相应的设计理念。富有艺术感的设计师们的女装设计灵感、源非常广泛,例如经典复古元素的再运用、民俗元素的使用,东西方不同传统元素的有机结合等等,这些都影响着当季服装的色彩选择方案。

3) 款式和面料的选择

不同的服装款式对色彩的要求是不一样的,同一款式的服装,两种不同的色彩会给人带来截然不同的感觉。设计师利用廓形设计、廓形设计在视觉上给人带来一种膨胀感,此时就会利用深色系的视觉收缩效果来中和廓形设计的缺点。而不同面料也会带给人们不同的色彩感受、华贵的丝绸面料多选用明度较高的黄色、玫粉色来表现面料本身的柔亮顺滑。而羊绒面料多选用温和的棕色系来体现面料的柔软舒适。皮革面料则多采用原色和深绿色来表现它的时尚与简约。

5. 结束语

品牌色彩系统对品牌风格的确立和品牌形象的建立有着直接的影响。同时对消费者对品牌的认可度有着深远的影响。现代社会人们早已不仅仅满足于衣的蔽体功能,消费者心甘情愿接受高昂的附加价值,其原因在于消费者对品牌文化的无限认同。爱马仕作为国际顶级奢侈品牌有很强的辨识度,它的品牌专色爱马仕橙就是最为有特征的视觉符号。通过对 2016~2020 五年间的爱马仕春夏高级成衣女装的跟踪调查,详细收集和分析它的用色规律,给国内品牌的色彩分析和色彩体系建立提供更加有价值的参考。本文所使用的色彩研究方法适用于所有奢侈品牌,意在引导国内服装企业和设计师对成功品牌的色彩运用进行更为准确、科学的分析。

基金项目

北京市社科基金项目(17JDGLB003, 18JDGLB029, 19JDGLA010); 北京服装学院 2019 创新团队建设计划(BIFTTD201901)。

参考文献

- [1] 麦肯锡中国. 中国奢侈品报告 2019 [EB/OL]. <https://www.mckinsey.com.cn/中国奢侈品报告 2019/>, 2019-04-26.
- [2] 孙孝华. 色彩心理学[M]. 上海: 上海三联书店, 2017.

-
- [3] 徐丽. 服装色彩搭配设计师必备宝典[M]. 北京: 清华大学出版社, 2016.
 - [4] 宁芳国. 服装色彩搭配[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2018.
 - [5] 玉茗. 爱马仕: 尊重人与自然[J]. 现代班组, 2019(2): 52-53.
 - [6] 姜明明. 基于 NCS 体系下的针织女装色彩设计研究[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2014.
 - [7] 高萍. VALENTINO 高定女装色彩研究与应用[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江理工大学, 2019.
 - [8] 韩桢. 女装流行色量化分析预测与应用[D]: [硕士学位论文]. 上海: 东华大学, 2017.